南 一 弘の

街を行く

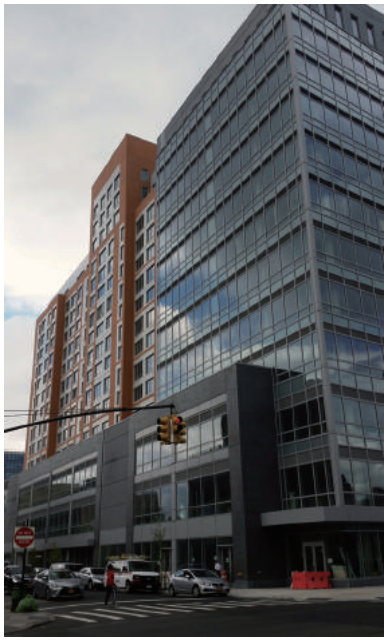
第86回 フラッシング *Flushing*

ニュー・チャイナタウンの夢のせて

かつての日本人街が全米屈指のチャイナタウンへ変貌していました。ここはNY・クイーンズにあるフラッシングという街です。

実は小生、ここを訪れたのは30年ぶりのこと。昔どころか三昔（？）も前の記憶をたどると、日本の商店のほか、邦人子弟のための補習校（海外在住邦人の子弟が帰国後困らないよう日本と同じ教育環境を提供する）もあったかと思います。当時そこに暮らしていた邦人の多くがマンハッタン北部（スカスデールやハーツデール）やニュージャージーへ移り住んでいった以降は韓国人街として栄えた頃もあったようです。駅から少し離れた場所にハングル文字を掲げる商店を見かけるのはその名残でしょう。さらに時代が移り変わり、今は威勢のいい中国語が飛び交うチャイナタウンそのものです。活気と喧騒に呑まれながら歩き、いささか疲れてきた頃、目の前に日本を彷彿させるベーカリーショップが現れた時には驚きと喜びの気持ちで一杯になりました。購入したカレーパンやウインナーロールを頬張ると、日本とまったく変わらない味が身体じゅうに染み渡って、その後は騒々しい中国語も気にならなくなりました。

この街で驚いたことはもうひとつあります。それは、日本を代表する丸の内の大手デベロッパーが中国企業と共同で大規模開発をしていること。サイトは駅近で、プロジェクトはオフィスと住居の混合です。チャイナタウンですからもちろんメインターゲットは中国人であり、現地企業との合弁も当然でしょう。日本のデベロッパーが米国（しかもニュー・チャイナタウンで）で、現地に溶け込み現地需要を満たすプロジェクトに取り組む。何とも逞しい話じゃないですか。海外事業ですから至極当然のこととも言えますが、それはあくまでメジャーなマーケットを舞台としたケースでのこと。そう考えると、中国人ももはや米国市場でメジャーなターゲットになっているとも言えますね。中国はその人口からみて国外進出は不可避なので、そのうちに世界中ありとあらゆる場所でチャイナタウンが現れてもおかしくありません。彼らの特徴である自己主張の強さや何者にも臆さない“パワー”は、日本人も少し見習うべきでしょう。それこそがグローバルで生き抜くポイントでありながらも、その欠如こそがわれわれ日本人が持っていないものだからです。日本の食は世界中でブームとなっていますが、パワーに溢れる日本人も世界を駆け巡って、どんどん活躍して貰いたいものですね。



日本人街の跡形もないニュー・チャイナタウン（上）と日本の大手デベロッパーによる開発プロジェクト（右）

南 一弘

1982年大学卒業後、三井不動産販売に入社。ローンスター・ジャパン・アクイジションズを経て、2001年エートス・ジャパン・エルエルシーを設立。同代表に就任。2005年4月MID都市開発（旧松下興産）の代表取締役に就任。2006年ジャパン・アセット・アドバイザーズを設立。同代表取締役に就任。